

L'INTERVENTO

di EGERIA DI NALLO

L'IDEA VINCENTE DEL PARCO CAAB

NONOSTANTE il declassamento con annesso sguardo negativo al futuro di cui ci gratifica l'agenzia di rating S&P e le diffidenze dell'Ue nei nostri confronti, dimostriamo di essere capaci di ipotesi di speranza: abbiamo la testa e il cuore necessari per investire sul futuro e per farcela. Mi riferisco al progetto del Caab, il parco tematico dedicato al cibo. Sarà una presenza italiana a tutto tondo, assolutamente auspicabile nel panorama di una grande distribuzione fortemente condizionata da catene straniere come Lidl, Carrefour, Auchan, Leclerc. Segrè e Farinetti, promotori del progetto, fanno un'accoppiata vincente. Farinetti, il grande, in meno di sei anni ha creato con Eataly un fenomeno trionfante diffuso non solo in Italia ma in gran parte del mondo da New York a Istanbul, da Dubai a Chicago.

[Segue a pagina 15]

DALLA PRIMA

L'IDEA VINCENTE DEL PARCO CAAB



di EGERIA DI NALLO

(...) Segrè, il lungimirante, che ha fatto della lotta allo spreco non una privazione, ma una cultura e una ricchezza. Si parla di un parco a tema, una specie di 'foodworld', il primo al mondo. E qui lasciatemi immaginare una profonda differenza dai vari Disneyworld e similari. Queste sono realtà che creano atmosfere divertenti, se si vuole, ma profondamente fasulle. Il parco nella mia immaginazione avrà sì al suo interno stalle modello, laboratori per il formaggio e per le marmellate, nelle quali i visitatori potranno diventare attori, ma la differenza starà nei collegamenti con il territorio. Ci dovrà essere una continua osmosi fra parco e territorio. Dal parco i visitatori andranno al territorio e dal territorio si andrà al parco sia attraverso esperienze concrete, sia attraverso le vie te-

matiche. Questo non solo per le esperienze a monte del prodotto, ma anche per le esperienze a valle quando il cibo diventa parte integrante dei rapporti fra gli uomini, dalla condivisione alla raccolta differenziata, alla trasformazione dello spreco in socialità. Il parco non solo diventerà un'iniziativa vincente per visitatori, posti di lavoro, volume d'affari, ma creerà un vivificante circolo virtuoso con il Paese Italia.